

УДК 316.351

ББК 60.55.44

## **ЖУРНАЛИСТЫ КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБЩНОСТЬ**

**Хафизова, В. Р.**

*1 курс магистратуры*

*Департамент политологии и социологии*

*ИСПН*

*УрФУ им. Б.Н. Ельцина*

*[vikakhaf@mail.ru](mailto:vikakhaf@mail.ru)*

*г. Екатеринбург, Россия*

## **JOURNALISTS AS A PROFESSIONAL COMMUNITY**

**Khafizova, V.**

*1 year MSc*

*Department of Political Science and Sociology*

*ISPN*

*The Ural Federal University. BN Yeltsin*

*[vikakhaf@mail.ru](mailto:vikakhaf@mail.ru)*

*Ekaterinburg, Russia*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассматривается профессиональная общность журналистов через такие аспекты, как содержание деятельности, профессиональные ценности, нормы и профессиональную идентичность. Особое внимание уделяется проблеме трансформации профессиональных ценностей журналистов.

### **ABSTRACT**

The article deals with the professional community of journalists, which is revealed through such aspects as the content of the activity, professional values, norms and professional identity. Particular attention is paid to the transformation of the professional values of journalists.

**Ключевые слова:** журналисты, профессиональная общность, профессиональные ценности, медиаконвергенция, профессиональные нормы, профессиональная идентичность.

**Keywords:** journalism, professional community, professional values, media convergence, professional standards, professional identity.

Как выглядит современный журналист? Громкая медийная личность, влияющая на мнение тысяч телезрителей? Энергичный медиаменеджер, привыкший держать нос по ветру, следя за новыми технологиями и фишками? Или обычный рерайтер, которого вот-вот заменит робот? На первый взгляд, это абсолютно разные люди, но что может быть между ними общего?

На сегодняшний день образ журналиста размывается, раздвигаются границы классификаций профессионалов в журналистике, в чем огромную роль сыграли процессы медиаконвергенции. Во-первых, журналисты делятся по типам СМИ, в которых они работают. По каналу трансляции информации выделяют: печать, радио, телевидение, Интернет. По охвату аудитории: международные СМИ, федеральные, региональные, местные. По жанру: информационные, аналитические, художественно-публицистические. Кроме того, журналистов можно разделить по функционалу, например В. Тулупов приводит по этому основанию следующую классификацию: журналист-информационщик, журналист-аналитик, журналист-агитатор, журналист-развлекатель [1]. А.Н. Дерябина, проводя исследование «Правдивость, объективность и гуманизм в восприятии журналистов различных СМИ», делит респондентов на четыре группы в зависимости от направленности СМИ (общественно-политические и специализированные) и институционального статуса СМИ (профессиональные и непрофессиональные) [2]. Можно предложить и иные типологии журналистов, однако мы ставим вопрос иначе: что же объединяет их в

единую профессиональную общность?

Журналист - это, в первую очередь, представитель профессии, суть которой заключается в сборе, обработке и распространении информации с помощью СМИ. Содержание деятельности является объективным основанием объединения журналистов в общность, смыслообразующим ядром которой выступают профессиональные ценности, задающие социальный смысл профессиональной деятельности и выступают мерой социальной ответственности за ее результаты и последствия.

В самом общем виде ценности в социологии понимаются как человеческое, социальное и культурное значение определенных объектов и явлений. В первую очередь, стоит выделить универсальные профессиональные журналистские ценности, которые закреплены в нормативно-правовых актах (Международная декларация принципов поведения журналистов, Кодекс профессиональной этики российского журналиста): достоверность, объективность, социальная ответственность, честность, уважение к человеку, сохранение конфиденциальности источника, противодействие экстремизму и т.д. [3].

Однако многие исследователи говорят о трансформации журналистских ценностей, главным фактором которой является выход в журналистики в Интернет и последовавшие за этим процессы медиаконвергенции [4,5]. В частности, С. Шомова призывает уделять внимание не только универсальным «внесетевым» ценностям, но и возникающим в сетевом пространстве [5]. За рубежом часто используется такое понятие, как «цифровая медиаэтика» (Digital Media Ethics) [6] или «журналистская онлайн-этика» (Online Journalism Ethics) [7].

В виртуальном пространстве журналист чувствует себя более свободным, так как «специфика Интернета не позволяет полностью перенести в виртуальное пространство нормы привычных кодексов этики с тем, чтобы они обеспечивали полноценное саморегулирование деятельности журналиста в Интернете» [8]. Поэтому мы сталкиваемся с такими

проблемами, как нарушение авторских прав, публикация непроверенной информации, размещение личных фотографий, видеозаписей и комментариев пользователей социальных сетей. Но самая важная проблема заключается в том, что автор забывает о качестве публикуемого материала, так как создать его нужно быстро и при этом привлечь как можно больше аудитории. Таким образом, современные условия требуют наличия у журналистов «новых» ценностей, например, оригинальности, аккуратности, уважения к пользователям социальных сетей.

На основе профессиональных ценностей формируются профессиональные нормы, выражающиеся в правилах и стандартах деятельности журналиста. Таким образом, профессиональная деятельность журналистов в Интернет-среде является фактором становления новых профессиональных ценностей, которые находят свое воплощение в неформальных нормах. Этого и нужно избегать, если ценности противоречат закреплённой журналистской этике. Альтернативный выход из ситуации нашли сотрудники «Эха Москвы», которые разработали и опубликовали свод правил работы в социальных сетях[9]. Следовательно, формирование новых профессиональных ценностей является задачей не только журналистов, но и вузов, где готовят будущих специалистов, а также государства, которому нужно закрепить нормы и стандарты журналистской практики в сети.

Таким образом, мы рассмотрели журналистов как профессиональную общность, подразумевающую под собой наличие общей деятельности, норм, правил, а также общих профессиональных ценностей, которые трансформируются в условиях медиаконвергенции и потому требуют особого внимания исследователей.

### **Список литературы**

1. Тулупов В. Виды профессионалов в журналистике // Relga. 2013. № 11.  
URL:<http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu->

- [www.woa/wa/Main?textid=3645&level1=main&level2=articles](http://www.woa/wa/Main?textid=3645&level1=main&level2=articles) (дата обращения: 1.02.2017).
2. Дерябина А.Н. Правдивость, объективность и гуманизм в восприятии журналистов различных СМИ // Медиаскоп. 2016. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2133> (дата обращения: 1.02.17).
  3. Филатова И.В. Профессионально-этические ценности журналистского сообщества и ценности социальной среды СМИ // Медиаскоп. 2011. №2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/812>
  4. Баранова Е. Трансформация этических принципов в журналистике в условиях медиаконвергенции // МедиаАльманах. 2016. № 6, с. 33-39.
  5. Шомова С. Новые медиа и “новая этика”: к вопросу о ценностных трансформациях в журналистской профессии // МедиаАльманах. 2016. № 4. С. 12-20.
  6. Digital media ethics. URL: <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/> (дата обращения: 1.02.2017).
  7. Teaching Online Journalism Ethics. URL: <http://www.smu.edu/~media/Site/Provost/Ethics/pdfs/02090%20Seib%20text%20FA.ashx?la=en> (дата обращения: 1.02.2017).
  8. Кучер Е.Д. Статус журналиста в Интернете: правовой и этический аспекты: дис. ... канд. филол. наук. М., 2011.
  9. Правила для журналистов «Эха Москвы» по работе в социальных сетях. URL: <http://presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/dokumenty/4945-pravila-dlya-zhurnalistov-ekho-moskvy-po-rabote-v-sotsialnykh-setyakh> (дата обращения: 1.02.17).